

Curso

Teoria da Publicidade





tech universidade
tecnológica

Curso

Teoria da Publicidade

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/curso/teoria-publicidade

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 16

05

Certificado

pág. 24

01

Apresentação

O curso de Teoria da Publicidade proporcionará ao jornalista uma perspectiva abrangente do sistema publicitário: seus protagonistas, o processo criativo, o planejamento e seus potenciais efeitos sociais. Esta capacitação foi desenvolvida para especializar o profissional de jornalismo neste campo, promovendo o domínio, as técnicas e as últimas tendências.



Coca-Cola

0081

“

Torne-se um excelente jornalista e aprenda a narrar histórias que aproximem os consumidores dos seus produtos ou serviços”

A disciplina de jornalismo é uma das mais procuradas em todas as universidades, visto que esta profissão exerce uma grande influência sobre a população e conquistou grande protagonismo desde o seu início. O jornalismo abrange diferentes ramos: social, cultural, econômico, esportivo, internacional, eventos, conflitos, etc. Este aspecto exige que o profissional deste setor especialize-se visando relatar as notícias da maneira mais adequada em cada caso.

Além disso, a transmissão da informação poderá ser realizada através de diferentes meios de comunicação. Especificamente, este programa tem como objetivo capacitar o aluno na Teoria da Publicidade. Para isso, é necessário adquirir um conjunto de competências que permitam colocar em prática todos os conhecimentos adquiridos.

O plano de estudos contemplará os fundamentos e a história da publicidade, seus protagonistas (anunciantes, agências e destinatários), o processo de criação publicitária e os meios através dos quais poderá ser realizada. Todos estes aspectos serão complementados por um conjunto de casos de sucesso para facilitar a compreensão do aluno.

Esta capacitação é a mais completa e orientada ao profissional da área de jornalismo e comunicação, visando atingir um nível de desempenho superior baseando-se nos fundamentos e nas últimas tendências em publicidade. Aproveite esta oportunidade e torne-se um profissional com bases sólidas através deste programa acadêmico e da mais recente tecnologia educacional 100% online.

Este **Curso de Teoria da Publicidade** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Teoria da Publicidade
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações científicas e técnicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras em Teoria da Publicidade
- ♦ Sistema interativo de aprendizagem baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre situações apresentadas
- ♦ Lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Esta capacitação lhe permitirá desenvolver suas habilidades e tornar-se um jornalista de sucesso"

“

Este curso é perfeito para que você descubra como relatar uma determinada notícia, de forma profissional”

A equipe de professores deste programa inclui profissionais do cenário jornalístico, cuja experiência é somada a esta capacitação, além de reconhecidos especialistas de conceituadas instituições e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o aluno deverá resolver as diferentes situações da prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo desenvolvido por conceituados especialistas na área da Teoria da Publicidade.

Não perca a oportunidade para desenvolver suas competências na Teoria da Publicidade.

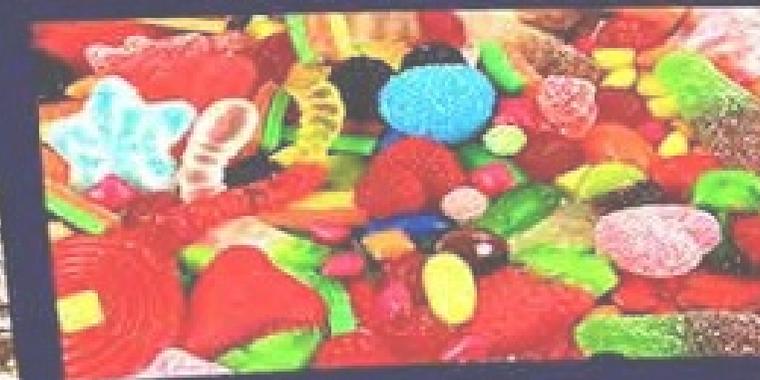
Conheça as últimas tendências da Teoria da Publicidade e torne-se um especialista nesta área.



02

Objetivos

Esta capacitação está orientada para que o profissional de jornalismo adquira as ferramentas necessárias ao seu desenvolvimento nesta específica área, conhecendo as últimas tendências e aprofundando-se em aspectos que caracterizam a vanguarda deste setor.





“

*O curso de Teoria da Publicidade
lhe permitirá especializar-se neste
amplo setor da comunicação”*

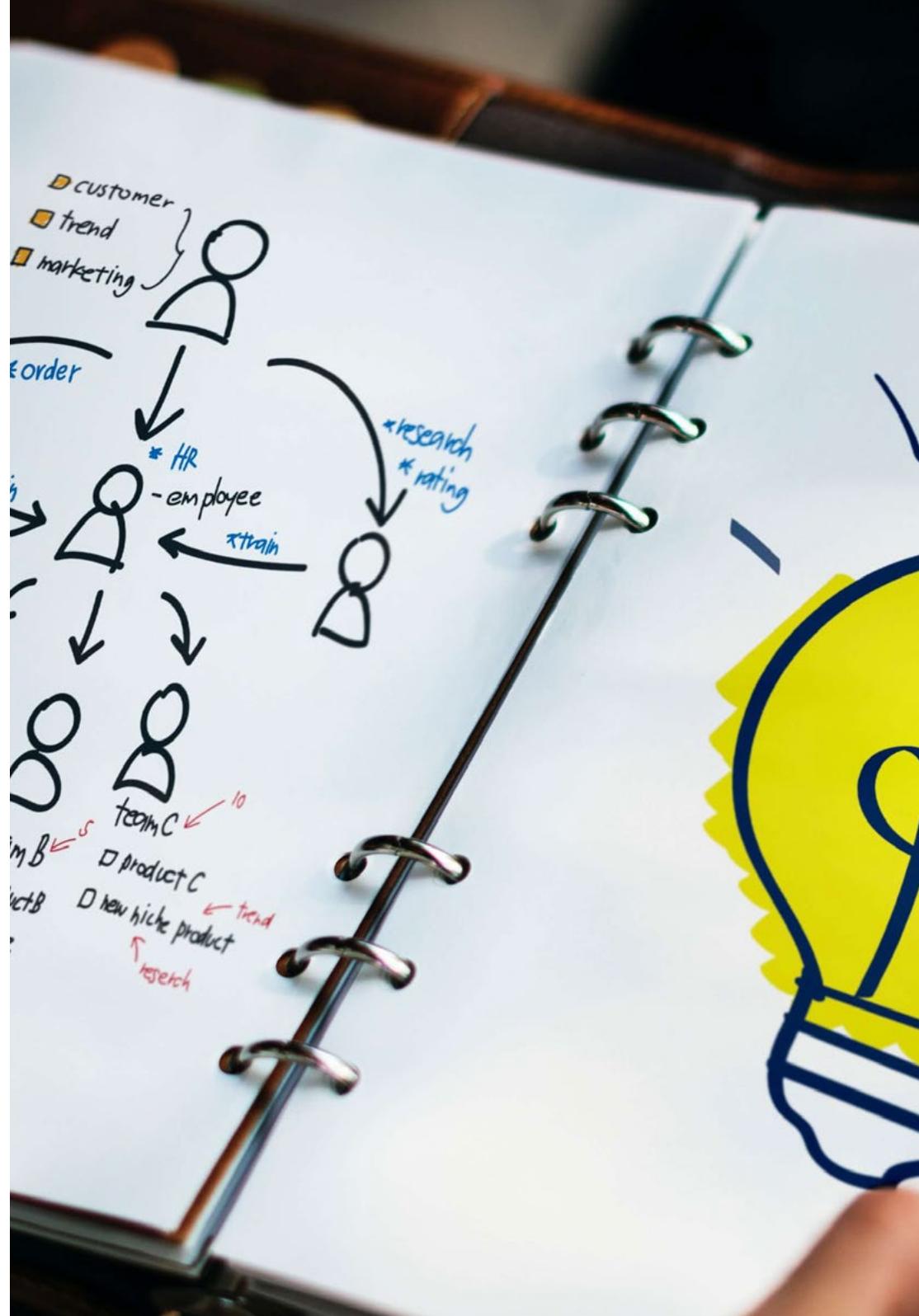


Objetivo geral

- Compreender as teorias da publicidade, do marketing, das relações públicas e da comunicação corporativa

“

Matricule-se no melhor curso de Teoria da Publicidade do cenário universitário atual”





Objetivos Específicos

- Compreender a origem, a evolução e o impacto econômico e social da publicidade
- Saber como descrever a estrutura das agências de publicidade
- Conhecer as noções básicas de publicidade e marketing
- Delimitar cada uma das funções para a gestão da empresa informativa, destacando suas principais aplicações

03

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste programa foi estruturado por uma equipe de profissionais dedicados ao jornalismo, conscientes da relevância atual da capacitação para aprofundar-se na área do conhecimento e realizar um trabalho de qualidade profissional utilizando as novas ferramentas disponíveis.



“

Este curso de Teoria da Publicidade conta com o plano de estudos mais completo e atualizado do mercado"

Módulo 1. Teoria da Publicidade

- 1.1. Fundamentos da publicidade
 - 1.1.1. Introdução
 - 1.1.2. Noções básicas de publicidade e marketing
 - 1.1.2.1 O Marketing
 - 1.1.2.2. A publicidade
 - 1.1.4. Publicidade, relações públicas e propaganda
 - 1.1.5. Dimensões e alcance social da publicidade contemporânea
 - 1.1.6. A publicidade bem-sucedida: KFC
- 1.2. História da publicidade
 - 1.2.1. Introdução
 - 1.2.2. Origem
 - 1.2.3. A revolução industrial e a publicidade
 - 1.2.4. O desenvolvimento da indústria publicitária
 - 1.2.5. A publicidade no mundo da Internet
 - 1.2.6. Publicidade bem sucedida: estudo de caso da Coca- Cola
- 1.3. A publicidade e seus protagonistas I: o anunciante
 - 1.3.1. Introdução
 - 1.3.2. O Funcionamento da indústria publicitária
 - 1.3.3. Tipos de anunciantes
 - 1.3.4. A publicidade no organograma da empresa
 - 1.3.5. Publicidade bem sucedida: o estudo de caso da Facebook
- 1.4. A publicidade e seus protagonistas II: as agências de publicidade
 - 1.4.1. Introdução
 - 1.4.2. A agência de publicidade: profissionais da comunicação publicitária
 - 1.4.3. A estrutura organizacional das agências de publicidade
 - 1.4.4. Tipos de agências de publicidade
 - 1.4.5. A gestão de tarifas em agências de publicidade
 - 1.4.6. Publicidade bem-sucedida: Nike
- 1.5. A publicidade e seus protagonistas III: o receptor publicitário
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. O destinatário da publicidade e seu contexto
 - 1.5.3. O destinatário da publicidade como consumidor
 - 1.5.4. Necessidades e desejos na publicidade
 - 1.5.5. Publicidade e memória: sobre a eficácia da publicidade
 - 1.5.6. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso Ikea
- 1.6. O processo de criação de publicidade I: do anunciante para a mídia
 - 1.6.1. Introdução
 - 1.6.2. Aspectos preliminares do processo de publicidade criativa
 - 1.6.3. O *brief* de publicidade ou *brief* de comunicação
 - 1.6.4. Estratégia criativa
 - 1.6.5. Estratégia de mídia
 - 1.6.5.1. Publicidade bem sucedida: Apple
- 1.7. O processo publicitário criativo II: criatividade e publicidade
 - 1.7.1. Introdução
 - 1.7.2. Fundamentos do trabalho criativo publicitário
 - 1.7.3. A criatividade publicitária e seu status comunicativo
 - 1.7.4. O trabalho criativo na publicidade
 - 1.7.5. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso do Real Madrid
- 1.8. O processo de criação da publicidade III: idealização e desenvolvimento do manifesto publicitário
 - 1.8.1. Introdução
 - 1.8.2. Projeto e estratégia criativa
 - 1.8.3. O processo de design criativo
 - 1.8.4. Os dez caminhos básicos da criatividade de acordo com Luis bassat: gêneros publicitários
 - 1.8.5. Formatos publicitários
 - 1.8.6. Publicidade bem sucedida: McDonald's



- 1.9. Planejamento da mídia publicitária
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. Meios e planejamento
 - 1.9.3. Meios publicitários e sua classificação
 - 1.9.4. Ferramentas para a Planejamento do Meios
 - 1.9.5. Publicidade bem sucedida: Pepsi
- 1.10. Publicidade, sociedade e cultura
 - 1.10.1. Introdução
 - 1.10.2. A relação entre a publicidade e a sociedade
 - 1.10.3. Publicidade e emoções
 - 1.10.4. Publicidade, assuntos e coisas
 - 1.10.5. Publicidade bem sucedida: Burger King

“

*Uma experiência de capacitação
única, fundamental e decisiva
para impulsionar seu crescimento
profissional”*

04

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais.

Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH o aluno aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os diretores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



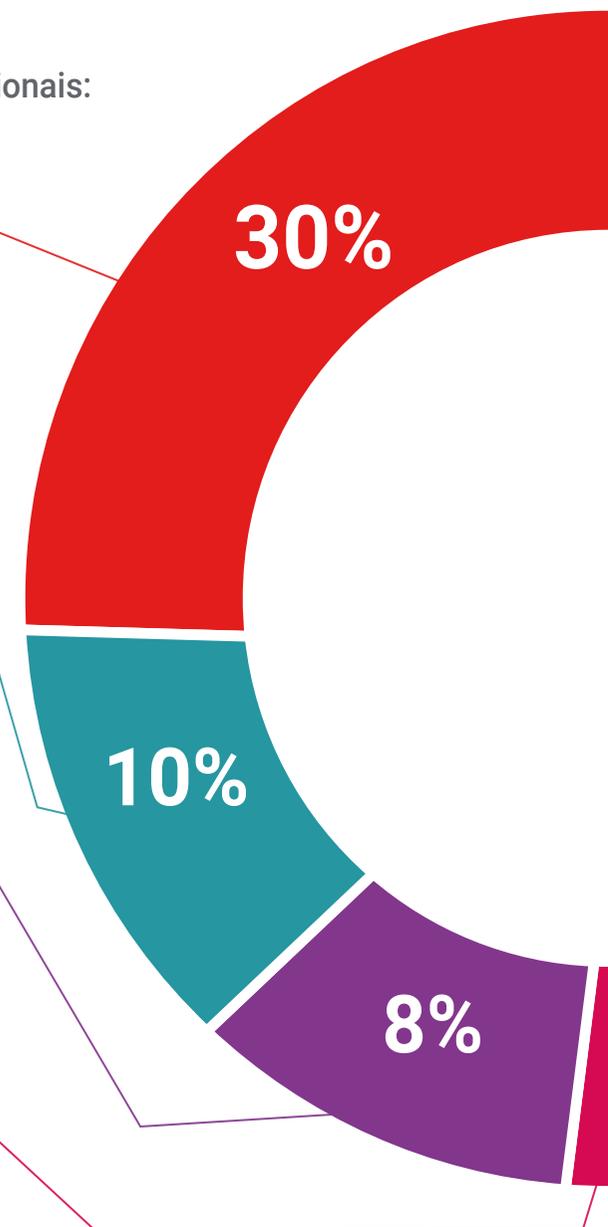
Práticas de habilidades e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

Certificado

O curso de Teoria da Publicidade garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, acesso ao certificado do Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado do Curso, emitido pela TECH Universidade Tecnológica”

Este **Curso de Teoria da Publicidade** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao **Curso**, emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Curso atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Curso de Teoria da Publicidade**

N.º de Horas Oficiais: **150h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro

saúde

confiança

pessoas

informação

orientadores

educação

certificação

ensino

garantia

aprendizagem

instituições

tecnologia

comunidade

compreensão

tech universidade
tecnológica

atenção personalizada

conhecimento

inovação

Curso
Teoria da Publicidade

presente

qualidade

desenvolvimento

situação

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Curso

Teoria da Publicidade

What happens on your iPhone, stays on your iPhone.

apple.com/privacy

